



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(1): 505-521.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.326](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.326)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### **Festival Memnuniyeti ile Kültürel Etkileşim Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali Örneği**

Dr. Öğr. Üyesi Çağrı SAÇLI, İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, İskenderun, e-posta: [sacli.cagri@gmail.com](mailto:sacli.cagri@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7771-8190>

#### **Öz**

Festival katılımcılarının en önemli motivasyonlarından biri kültürel etkileşimdir. Katılımcıların festival memnuniyetleri ise geri gelme ve tavsiye eğilimlerini etkileyerek festivalin sürdürülebilirliği açısından büyük önem arz etmektedir. Araştırmanın amacı, festival katılımcılarının algıladıkları kültürel etkileşim boyutlarını belirlemek ve kültürel etkileşim ile festival memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda bir ölçek geliştirilmiş olup 2019 yılı Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali katılımcılarına uygulanmıştır. Yüz yüze anket uygulaması sonucunda 449 geçerli anket verisine ulaşılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiş olup gerçekleştirilen faktör analizi sonuçlarına göre, festival katılımcılarının algıladıkları kültürel etkileşimin “Kültürel Aktarım”, “Kültürel Koruma”, “Kültürel Değişim” ve “Kültürel Denge” boyutlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Festival katılımcıların çoğunluğunu otuz yaş altı gençler oluşturmaktadır. Ayrıca katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça memnuniyet düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların kültürel etkileşim düzeylerinin yaş ve eğitim düzeyleri bakımından farklılaştığı ve katılımcıların kültürel etkileşim düzeyleri ile festival memnuniyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Festival Turizmi, Kültürel Etkileşim, Festival, Memnuniyet, Silifke.

**Makale Gönderme Tarihi:** 07.10.2019

**Makale Kabul Tarihi:** 13.01.2020

#### **Önerilen Atf:**

Saçlı, Ç. (2020). Festival Memnuniyeti ile Kültürel Etkileşim Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 505-521.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(1): 505-521.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.326](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.326)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

#### A Research on the Relationship Between Festival Satisfaction and Cultural Interaction: The Case of Silifke International Music and Folklore Festival

Assistant Prof. Dr. Çağrı SAÇLI, İskenderun Technical University, Faculty of Tourism, İskenderun, e-mail: [sacli.cagri@gmail.com](mailto:sacli.cagri@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7771-8190>

#### Abstract

One of the most important motivations of the festival participants is cultural interaction. The festival satisfaction of the participants is of great importance for the sustainability of the festival by influencing their revisit intention and tendency to recommendation. The aim of the study is to determine the dimensions of cultural interaction perceived by the festival participants and to reveal the relationship between cultural interaction and festival satisfaction. For this purpose, a scale has been developed and applied to the participants of the Silifke International Music and Folklore Festival of 2019. As a result of face-to-face survey application, 449 valid survey data were obtained. The data obtained were analyzed using SPSS program and according to the results of the factor analysis, the cultural interaction perceived by the festival participants was determined as "Cultural Transfer", "Cultural Conservation", "Cultural Change" and "Cultural Balance". The majority of the festival participants are young people under the age of thirty. In addition, as the level of education of the participants increased, their satisfaction levels increased. According to the results of the research, it was determined that the cultural interaction levels of the participants differed in terms of age and education level and there was a positive relationship between the participants' cultural interaction levels and festival satisfaction.

**Keywords:** Festival Tourism, Cultural Interaction, Festival, Satisfaction, Silifke.

**Received:** 07.10.2019

**Accepted:** 13.01.2020

#### Suggested Citation:

Saçlı, Ç. (2020). A Research on the Relationship Between Festival Satisfaction and Cultural Interaction: The Case of Silifke International Music and Folklore Festival, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(1): 505-521.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## GİRİŞ

Etkinlikler, son dönemde etkin bir turizm talebi yaratıcısı olarak destinasyonlar tarafından sıkça kullanılmaktadır. Günümüzde, sıradan tatil anlayışından farklı, deneyim potansiyelli tatiller, turistlere daha ilgi çekici gelmektedir. Turizmde değişen turist tipinin ve beklentilerin, turistik ürünlerde çeşitlenmeye gitmesiyle birlikte, farklı deneyim özelliklerine sahip turist tipleri ve farklı turistik faaliyetler günden güne gelişmekte ve çeşitlenmektedir (Sarkım, 2007: 159). Etkinlikler yapıldıkları destinasyonlara ve yerel halka çeşitli faydalar sağlamaktadır. Bu faydaların başında ekonomik unsurlar gelmekte olup bununla birlikte turizmin tüm yıla yayılmasında ve değişen turist profillerine uyum sağlamada önemli bir rol oynamaktadır (Lee vd., 2004: 56; Öztürk ve Yumuk, 2016: 124). Günümüzün en önemli etkinliklerinden biri olan ve Latince "festum" kelimesinden türeyen festival, "eğlence, şenlik" anlamlarına gelmektedir. Türk Dil Kurumu (2019)'na göre festival, "Belli bir sanat dalında oyun ve filmlerin sunulması ve gösterilmesi sonunda ödül, derece verilmesi biçiminde düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri dizisi, şenlik" olarak tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumu, festivali farklı üç şekilde daha tanımlamıştır. Bu tanımlar; "dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi", "bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri, şenlik" ve "düzensiz toplantı, curcuna"dır (tdk.gov.tr).

Tarihte ilk olarak dini amaçlarla düzenlenen festivaller Rönesans ile birlikte farklı amaçlarla da düzenlenmeye başlamış, teknoloji ve ulaşımdaki gelişmelerle birlikte uluslararası bir nitelik kazanmıştır (Albayrak, 2013). Festivaller genel anlamda yöresel bir topluluk aracılığıyla belli aralıklarla düzenlenen bölgenin sembolü haline gelen, toplumun kendine özgü bir değerini tanıtan, kutlayan bir olay veya kişiyi anmak amacıyla gerçekleştirilen sosyal, sanatsal, kültürel içerikli faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Cömert ve Çetin, 2017: 1092). Atak (2009), festivalleri, "dönemi, yapıldığı çevre, konusu, katılanların sayısı gibi nitelikleri belli bir programla belirtilen ve özel önemi olan sanat, kültür, bilim, ekonomik faaliyet, ürün, dönem veya belli bir temaya yönelik olarak düzenlenen, tek seferlik veya belli bir aralıkla tekrarlanan gösteri ve etkinlikler dizisi" olarak tanımlamıştır. Saleh ve Ryan (1993) festivalleri, doğası gereği kısa süreli ve temalı organizasyonlar olarak ifade etmişlerdir. Bilgili vd., (2012: 118) festival kavramını "insanlar ve toplumlara yönelik ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan bir kaynaşma ve tanıtım sağlamak amacıyla düzenlenen etkinlikler" şeklinde tanımlamışlardır. Morgan (2008)'a göre ise festivaller katılımcılarına günlük yaşamlarının dışına çıkarak sıra dışı ve yoğun deneyimler yaşamalarına ve bu deneyimleri paylaşmalarına imkân veren etkinliklerdir. Başka bir ifadeyle festivaller; belli gün ve tarihlerde kutlanarak geleneksel hale gelmiş, yapıldığı bölge ile bütünleşmiş faaliyetlerdir. Festivaller, kültürel ve sanatsal etkinlikler, fuarlar vb. organize edilen etkinliklerdir. Festivaller kalkınma girişimlerinde istenen seviyelere ulaşamamış yerlerde, bölgeye ait olan doğal, tarihi, kültürel, değerlerin tanıtılması ve turizm hareketlerinin geliştirilmesinde bir araç olarak görülmekte ve yerel turizmin gelişiminde etkili bir rol oynamaktadır (Özgürel, Alan ve Bingöl 2015). Alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan festivaller, dünyanın hemen her yerinde çeşitli amaçlarla gerçekleştirilmekte ve gerçekleştiği bölgenin tanıtımını ve imajını güçlendirerek, turizmi tüm yıla yaymak gibi önemli görevleri bulunmaktadır (Arcodia ve Dickson, 2013: 152; Tayfun ve Arslan, 2013: 192). Ayrıca festivaller, geleneksel kültür ve değerlerin sürdürülmesinde de önemli bir araçtır (Felsenstein ve Fleischer, 2003; Yolal, Çetinel ve Uysal, 2009; Gül, Erdem ve Gül, 2013; Sert, 2017). Festivallerin destinasyon tanıtımı, marka bilinirliği ve imaj, ürün farklılaştırması, turizm gelişimi, ekonomik kalkınma, geleneklerin korunması ve sürdürülmesi vb., ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel katkılarını ve etkilerini (Quinn, 2006; Çela, Knowles-Lankford ve Lankford, 2007; Prayag, 2008; Cengiz, Yüksek ve Yüksek, 2008; Atak, 2009; Hu, 2010; Ekin, 2011; Lee ve Arcodia, 2011; Kim vd., 2011; Mason ve Paggiaro, 2012; Cudny, 2013; Kömürcü, Boz ve Tükeltürk, 2014; Blichfeldt ve Halkier, 2014;

Özkan, Curkan ve Sarak, 2015; Kalkan ve Çulha, 2016) inceleyen çalışmalar da literatürde yer almaktadır.

Festivallerin öncelikle gerçekleştiği destinasyonlara olmak üzere, yöre halkı ve toplum üzerinde de birçok olumlu-olumsuz etkileri vardır. Bu etkiler, kültürel, çevresel, politik ve ekonomik olarak 4'e ayrılmaktadır. (Mc Donnell, Johnny ve O'toole, 1998: 20; Small, Edwards ve Sheridan, 2005). Festivallerin etkilerine kısaca değinilecek olursa, ekonomik açıdan bakıldığında festivaller, destinasyonun gerçekleştiği bölgenin ekonomisinde yaşanan net değişim, festivallerin ekonomik etkilerini ifade etmektedir (Long ve Perdue, 1989: 10). Yöre halkı, festivaller sayesinde icra ettikleri meslekler dışında da ek gelir elde etmektedirler (Atak, 2009: 41). Bir diğer önemli nokta, festival gerçekleştirilen bölgelerde, festival süresi boyunca konaklama günleri sayılarının artışlarıdır. Dolayısıyla festivaller destinasyonlar arası rekabette önemli bir ekonomik etkiye sahiptir (Allen vd., 2002). Ancak festivallerin olumlu etkileri ile birlikte olumsuz ekonomik etkileri de bulunmaktadır. Üretimin el işçiliğinden fabrikasyon üretime geçmesi, ticarileşmenin artması, emlak fiyatlarında yaşanan artışlar ve bölgede yer alan ürünlerin artışları da festivallerin olumsuz ekonomik etkilerinden bazılarıdır (Felsenstein ve Fleischer, 2003; Kozak, Kozak ve Kozak, 2010: 96). Festivallerin çevresel etkileri incelendiğinde, doğa bilincinin artırılması, kentsel olarak yenilenme yaşanması, altyapı ve üst yapı olanaklarının gelişmesi gibi olumlu çevresel etkileri bulunurken (Hertanu ve Baitor, 2012: 26), çevresel atık sorunları, ekolojik sistemin tahrip olması, arazilerin yanlış kullanılması, su, hava vb. kirliliklerin meydana gelmesi gibi olumsuz çevresel etkileri de bulunmaktadır (Inskeep, 1991). Festivallerin kültürel etkileri incelendiğinde ise, etkileri yine olumlu-olumsuz olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Festivallerin olumlu kültürel etkilerine bakılacak olursa, yerel toplum geleneklerinin güçlendirilmesi, festival vb. etkinliklere toplumsal katılımların yükselmesi, yeni fikirlerin ortaya atılması ve kültürel bakış açılarının genişlemesi gibi olumlu kültürel etkileri bulunmaktadır (McDonnell vd., 1998). Festivaller, toplumların kültürlerinde bir ayna görevi gören etkinlikler olduğu için, festivallere katılan bireyler başka kültürden insanlarla etkileşim içerisinde bulunmakta ve başka kültürleri öğrenmektedirler (Atak, 2009: 41). Toplumların yabancılaşarak manipüle edilmesi, olumsuz davranışlar sergilenmesi ile olumsuz toplumsal imajların oluşması, sosyal yapının değişmesi, toplumsal rahatlığın kaybolması, yöre halkının bölgeden göçü, kültürel değerlerin ticari değer kazanması, alışkanlıkların bozulması vb. etkileri ise festivallerin olumsuz kültürel etkileri içerisinde yer almaktadır (McDonnell vd., 1998; Çakıcı ve Yavuz, 2012: 12).

Yapılan araştırmalarda, bireylerin festivallere katılımını etkileyen en önemli motivasyon unsurunun kültürel keşifler olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Lee vd., 2004: 64; Öztürk ve Yumuk, 2016: 125). Düzenlenen festivallere hem yöre halkının hem de yabancı ziyaretçilerin katıldığı düşünüldüğünde, festivaller kültürler ve toplumlar arası etkileşimin önemli bir parçasıdır (Çulha, 2008). Yani festivaller; katılımcılarına, hiç bilmedikleri bir bölgeyi tanıma, farklı bir kültürü tanıma, yaşam tarzı ayrı olan bireylerle bir araya gelip kültürel etkileşimi artırma fırsatı vermekle birlikte (Özgürel vd., 2015) yaşanan bu kültürel etkileşim yerel halkın da turizme olan bakış açısını etkilemekte ve yerel halk kendi turizm algılarına göre, turizm hareketlerine destek olmaktadır (Dönmez ve Çakıcı, 2013; Gül vd., 2013; Özgürel vd., 2015).

Kültürel etkileşim, gerçekleşen kültürel yayılma sonucunda iki toplumun da değişmesidir. Dünyadaki toplumların hepsi az veya çok kültürel etkileşim yaşamaktadırlar. İnsanların var olan kültürlerini kaybetmeden, yeni kültürü özümseyerek, iki kültürü de birlikte sürdürebilmeleri şeklinde gerçekleşir. Yani kültürel etkileşimde eski kültür tamamen değişmez, eski kültür ile yeni kültürün etkileşimi sonucu eski kültürün izlerine yeni unsurlar eklenerek kültürel etkileşim oluşmaktadır (Kaşıkçı, 2012: 28; Türkay ve Kayıkçı, 2018). Kültürleşme, kültürel yayılma ile başlar. Kültürleşme gelenek, görenek ve dil gibi konularda yeni toplumun kültürü ile etnik kültürün etkileşimi olarak ifade edilmektedir. Birey ve grupların, başka bir kültüre girmesi ve

etkileşim sonucunda her iki kültürün değişmesini ifade eder (Avçıkurt, 2015: 95). Festivaller de toplumların kültürleri ve deneyimlerini farklı kültürlere yansıtan etkinliklerdir (Kömürcü, 2013: 33). Gezinler, ev sahibi topluma karışan keşifler ve kültürel/egitimsel güduları ile egotizmi arayan yenilikçi özel turistleri de festivallere çekmektedir (Ekin, 2011: 20). Ayrıca festivaller bir destinasyonun somut ve somut olmayan kültürel mirası, yöresel gelenekleri, etnik geçmişinin kültürel görünümünü ortaya çıkarması için olanak yaratan faaliyetlerdir (Kömürcü, 2013: 35).

Festivali düzenleyenlerin temel amacı esasında katılımcıları memnun etmektir. Festivale katılan ziyaretçi festivalden tatmin olmuş bir şekilde ayrılırsa bu durum hem festivalin hem de yörenin tanıtımını yapmasını sağlayacaktır. Bir başka ifade ile, katılımcılar festivallerden memnun ayrılırsa bu gelecek yıllarda festivallere katılımı olumlu etkileyecektir ve festivalin devamlılığı sağlanacaktır. Aynı zamanda ziyaretçi ile yerel halk arasında gerçekleşen iletişim aracılığıyla kültürel etkileşimin gerçekleşeceği düşünülmektedir (Yıldız ve Polat, 2016; Tayfun ve Arslan, 2013; Şengül ve Genç, 2017). Festivaller, destinasyonların gelişimi açısından faydalarını en üst düzeye çıkarmak için etkin bir şekilde planlanmalı ve yönetilmelidir. Festivallerde, ekonomik ayrışma ve kültürel zenginleşme; ziyaretçi motivasyonu, memnuniyeti, davranışsal niyeti ve değişkenleri anlama, festivallerin kritik başarı faktörleridir (Schofield ve Thompson, 2007: 341). Bunlarla birlikte Festival görevlilerinin davranışları ziyaretçiler ile olan etkileşimi etkileyerek festival memnuniyeti üzerinde büyük önem arz etmektedir. (Wu vd., 2014; Wong vd., 2015; Wu ve Ai, 2015). Araştırmalar memnuniyetin hedef seçimi, turizm ürün ve hizmetlerinin tüketimi ve geri dönüş kararları ile yakından ilişkili olduğunu göstermiştir (Bigne vd., 2005; Kozak ve Rimmington, 2000). Oliver (1997: 13) memnuniyeti, "bir ürün veya hizmet özelliğinin veya ürünün veya hizmetin kendisinin zevkli bir tüketim düzeyi ile ilgili bir tatmin sağladığına dair bir yargı" olarak tanımlamıştır. Memnuniyet genel olarak, deneyim, ürün ve hizmetlerin performansı değerlendirilmesinde kullanılmaktadır (Ringel ve Finkelstein, 1991; Ross ve Iso-Ahola, 1991).

Literatürde festival memnuniyeti ile ilgili çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Cole ve Chancoller, 2009; Çulha ve Özdemir, 2009; Esu ve Arrey, 2009; Gül vd., 2013; Boz ve Aydın, 2014; Özkan vd., 2015; Karaca, Yıldırım ve Çakıcı, 2017; Pavlukovic, Armenski ve Alcantre-Pilar, 2017; Saçılık ve Çevik, 2017), çeşitli çalışmalarda, festival memnuniyetinin sadakat üzerinde etkili olduğu (Özdemir ve Çulha, 2009), organizasyon, tanıtım, tesisler ve sıcakkanlı yöre halkı gibi festival niteliklerinin memnuniyeti etkilediği (Esu ve Arrey, 2009), tanıtımın büyük önem arz ettiği (Özkan vd., 2015) ifade edilmiştir. Saçılık ve Çevik (2017) çalışmalarında, festivallerin sosyal, kültürel, ekonomik ve marka algısı boyutları açısından sağladığı yararların, katılımcıların memnuniyet düzeyleri üzerinde etkili olduğunu, memnuniyet düzeyini en az düzeyde etkileyen boyutun "ekonomik fayda" boyutu olduğu belirlemiştir. Karaca vd. (2017) ise, etkinlik turizmi kapsamında, Adana'da Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının algısı ve memnuniyetlerini belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında; katılımcıların memnuniyetlerini, en fazla karnavalın sosyo-kültürel boyutu ile karnavala özel üretilen ürünlerin etkilediği sonuçlarına ulaşmışlardır.

Festivaller yapıları gereği yöre halkı ve turist toplumlarının zamansal, mekânsal ve kültürel açıdan bir araya getirmektedir. Bu bir araya gelme olayı kültürel etkileşimi kaçınılmaz kılmakta ve ayrıca yöresel kültürün de korunması ve yeni nesillere aktarılması işlevlerini yerine getirmektedir. Festival memnuniyeti konusu ise hem yöre halkı hem de turistler açısından festivalin sürdürülmesi, sağladığı sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel faydaların ve kültürel etkileşimin devam ettirilebilmesi açısından önem arz etmektedir. Literatürde festivallerin kültürel etkileşim boyutu ve festival memnuniyeti konularını inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte bu iki kavramın birbirleri ile olan ilişkisi üzerine herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olması bu araştırmanın gerçekleştirilme nedenini oluşturmaktadır. Festival

katılımcılarının algıladıkları kültürel etkileşim boyutları ile festival memnuniyeti arasındaki ilişkinin tespit edilmesi araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Festival katılımcılarının demografik özelliklerinin tespit edilmesi, katılımcıların demografik özellikleri ile algıladıkları kültürel etkileşim boyutlarının farklılaşp farklılaşmadığı ve ayrıca katılımcıların algıladıkları kültürel etkileşim boyutları ile festival memnuniyet düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığı konularının tespit edilmesi de araştırmanın diğer amaçlarını oluşturmaktadır.

Araştırma evreni olarak Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali katılımcıları belirlenmiş olup bu festival, Mersin'in Silifke İlçesi'nde 1974 yılında Müzik ve Folklor Festivali olarak başlanmış ve 46 yıldır düzenli olarak gerçekleştirilmektedir. Uluslararası Silifke Müzik ve Folklor Festivali, 17 Ocak 2017'de imzalanan protokol ile Uluslararası Dünya Folklor Festivalleri Konseyi'ne (CIOFF) üye olmuştur. Tüm dünyadaki CIOFF festivalleri arasında festivalin yer alması, festivali koruma altına alarak devamlılığını sağlamıştır. Festivalin amacı, kentin kültür, sanat, halk dansları ve güzelliklerini bütün ülkelere tanıtmaktır. Festival aracılığıyla halk geçmişine sahip çıkmış, bu değerini korumayı başarmış ve sürdürmektedir. Festival Türkiye'nin 3. Büyük Uluslararası festivalidir. Festivale yurt içinden ve yurt dışından katılan konuklar renk katmaktadır. Festivale Tayland, Ukrayna, Gürcistan KKTC, Silivri, Bergama, Arhavi, Türkiye Folklor Grubu gibi yurt içinden ve dışından halk dansları topluluğu katılmaktadır. Bir hafta boyunca sergiler, tiyatrolar, halk oyunu gösterileri, avcılık ve atıcılık yarışları, Türk pop ve Türk halk müziği yarışmaları, batırık yarışması, yoğurt yarışması, satranç turnuvaları, heykel sempozyumu, basketbol turnuvaları gibi etkinlikler yapılmaktadır. Festival aracılığıyla "Silifke" adı tüm dünyaya ilan edilmektedir. Festival, Silifke yöresine ait kültürün tanıtılması ve yayılmasını sağlamakta, katılan konuklar ile yerel halkın kaynaşmasını ve bütünleşmesini sağlamaktadır. (sondakika.com; milliyethaber.com.tr; akdenizhaberler.net).

Araştırma konusunun daha önce çalışılmamış olması araştırmanın önemini oluşturup araştırma sonucu elde edilen bulgular aracılığı ile literatüre katkıda bulunulacağı düşünülmektedir. Ayrıca festival kapsamında gerçekleştirilen bu araştırmanın ilgili festivalin planlanmasında, düzenlenmesinde ve organizasyonunda görev alacak şahıs, kurum ve kuruluşlara ışık tutacağı düşünülmektedir.

## **YÖNTEM**

Araştırmanın amacı doğrultusunda araştırma türünün, araştırma konusu hakkındaki bilgileri derinleştirmek ve konuyu daha farklı boyutları ile anlamaya yarayan keşfedici araştırma ve araştırma konusunun değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkileri olduğu durumlarda kullanılan açıklayıcı araştırma (Altunışık vd., 2010: 69-70) türlerinin bir bileşimi olduğu ifade edilebilir. Araştırmanın evrenini 2019 yılı Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali Katılımcıları oluşturmaktadır. Festivalde bilet satışı olmadığından evren büyüklüğü tam olarak bilinmemektedir. Bu durumda örneklem büyüklüğünü belirlemede Altunışık vd. (2010: 135)'nin "30'dan büyük 500'den küçük örnek büyüklükleri birçok araştırma için yeterlidir" ve 10,000,000'lük bir evren için yeterliği örneklem büyüklüğünün 384 olduğu görüşüne istinaden 384 örneklem sayısı hedef örneklem sayısı olarak belirlenmiştir. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiş olup toplamda 449 geçerli anket verisi elde edilmiştir.

Araştırmanın veri toplama aracı, Çokal (2015) GÜDÜ (2011) ve Demircan (2010)'ın çalışmalarından derlenerek oluşturulmuştur. Geliştirilen ölçek üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, festival katılımcılarının demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm, katılımcıların festival memnuniyet düzeylerini tespit etmeye yönelik 5'li Likert şeklinde düzenlenmiş ifadelerden oluşurken, ölçeğin üçüncü bölümü ise festival

katılımcıların kültürel etkileşim algılarını tespit etmeye yönelik 5'li Likert şeklinde düzenlenmiş ifadelerden oluşmaktadır. Ölçek maddelerinin geçerliliği, kapsam geçerlilik oranları hesaplanarak tespit edilmiştir. Ölçeğin ön test çalışması 41 kişi üzerine gerçekleştirilmiş olup gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra ölçeğin son hali oluşturulmuştur. Araştırmanın veri toplama yöntemi yüz yüze anket tekniği olup veriler, 19-23 Haziran 2019 tarihleri arasında 5 gün sürede elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Araştırma verilerinin normal dağılıp dağılmadığı basıklık ve çarpıklık katsayılarına bakılarak tespit edilmiştir. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin  $\pm 1,5$  arasında olması verilerin normalden aşırı sapma göstermediği şeklinde yorumlanabilmektedir (Tabachnick ve Fidel, 2019: 67-68). Araştırma verilerinin basıklık ve çarpıklık değerleri  $\pm 1,5$  arasında olduğundan normalden aşırı sapmadığı şeklinde kabul edilmiş olup analizlerde parametrik testler uygulanmıştır. Verilerin analizinde frekans analizi, açıklayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizi, çoklu regresyon testi, bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmış ve  $\alpha$  değeri 0,05 olarak kabul edilmiştir. Araştırma verilerinin güvenilirliği Cronbach Alpha değerinin hesaplanması aracılığı ile tespit edilmiştir. Faktörler ile ilgili Alpha değerleri sırasıyla 0,913, 0,900, 0,892 ve 0,858 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca festival memnuniyeti ile ilgili ifadelerin Alpha katsayısının 0,877 olduğu tespit edilmiştir. Alpha değerleri 0 ile 1 arasında değerler alır ve 0,7 ve üzeri değerlerin güvenilir oldukları kabul edilir (Altunışık vd., 2010: 124). Bu durumda ölçek maddelerinin yüksek derecede güvenilir olduğu ifade edilebilir.

## BULGULAR

Tablo 1.'de görüldüğü üzere katılımcıların %53,2'sinin erkek olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada erkek oranının daha yüksek çıkmasına, anketin uygulandığı festival alanında kadın katılımcıların anket doldurma konusunda daha çekimser davranmaları ve toplam katılımcı sayısında erkeklerin daha yoğun olarak yer aldığı düşünülmektedir. Ayrıca katılımcıların %38,1'inin yirmi yaş ve altında, %37,0'sinin 21-30 yaş aralığında ve %46,5'inin lise düzeyinde eğitimli oldukları tespit edilmiştir. Katılımcı yoğunluğunun 20-30 yaş arasında yoğunluk göstermesi Y ve Z kuşağı insanı özelliklerinin festival etkinlikleriyle örtüşmesinden kaynaklandığı düşünülebilir. Akten'nin (2016) Y ve Z kuşaklarının turizm algıları üzerine yaptığı araştırmasında; incelenen Y ve Z kuşaklarının turizm algıları boyutunda, turizmi desteklediği ve turizmin toplumun bir parçası olmaya devam etmesi gerektiğini belirttiklerini ifade etmiştir.

**Tablo 1.** Festival Katılımcılarının Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	%	Yaş	n	%
Kadın	210	46,8	20 yaş ve altı	171	38,1
Erkek	239	53,2	21-30	166	37,0
Eğitim Düzeyi	n	%	31-40	61	13,6
İlköğretim	56	12,5	41 yaş ve üstü	51	11,4
Lise	209	46,5			
Ön Lisans	63	14,0			
Lisans ve Üstü	121	26,9			

Araştırma kapsamında festival katılımcılarının algıladıkları kültürel etkileşim boyutlarını tespit etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Tablo 2.'de görüldüğü üzere KMO değeri 0,952 olarak tespit edilmiş olup örneklemin yüksek düzeyde yeterli olduğu ve Bartlett Küresellik Testinin p değeri 0,000 olarak tespit edilmiş olup evrene ait korelasyonun birim matris olduğu ifade edilebilir. Bu değerler verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Algıladıkları Kültürel Etkileşim Boyutları

Faktörler	1	2	3	4
<b>Kültürel Aktarım</b>				
Ziyaretçiler ile kültürel değerler arasında etkileşim sağlar.	0,746			
Kültürel değerlerin eğlenerek aktarılmasını sağlar.	0,715			
Kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında etkilidir.	0,705			
Kültürel değerlerin tanıtımında önemli bir araçtır.	0,634			
Kültürel seyahatlerin tercih edilmesinde etkilidir.	0,621			
Geleneksel kültürü günümüz değerlerine aktarmada etkilidir.	0,600			
Yöre kültürü ile ziyaretçi kültürü arasında bir araçtır.	0,586			
Yörenin kültürünü, geleneklerini, göreneklerini, soyut ve somut diğer tüm değerlerini aktarmada etkilidir.	0,560			
Kültürel deneyim kazanılmasında önemli bir araçtır.	0,554			
Yöre halkı ile ziyaretçiler arasında yeni dostluklar kurulmasını sağlar.	0,459			
<b>Kültürel Koruma</b>				
Tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasını sağlar.		0,773		
Kültürel değerlerin korunmasında etkilidir.		0,769		
Kültürel değerlerin turizm yoluyla maddi değer kazanmasında etkilidir.		0,725		
Kültürel değerleri koruma bilinci oluşturulmasında etkilidir.		0,687		
Gidilen bölgelerdeki yerel ürünlerin tüketilmesinde etkilidir.		0,567		
Farklı kültürler hakkında deneyim kazanılmasında etkilidir.		0,557		
Kültürel tutumların şekillendirilmesinde etkilidir.		0,500		
Kültürel aracılıkta etkilidir.		0,489		
<b>Kültürel Değişim</b>				
Ahlaki değer ve davranışın değişiminde etkilidir.			0,780	
Dini inanç ve davranışın değişiminde etkilidir.			0,759	
Kılık kıyafet alışkanlıklarının değişiminde etkilidir.			0,846	
Yeme içme alışkanlıklarının değişiminde etkilidir.			0,811	
Yöre halkının dilinin değişiminde etkilidir.			0,809	
<b>Kültürel Denge</b>				
Kültürler arasında denge kurulmasını sağlar.				0,733
Kültürel uyumsuzlukları gidermeyi amaçlar.				0,723
Kültürlerarası empati oluşturmak gibi bir misyonu vardır.				0,693
Farklı toplumlar ve kültürlerle ait bireylerin birbirleriyle bilgi alışverişinde bulunmasını sağlar.				0,584
Yerel kültürün düşünce tarzının değişiminde etkilidir.				0,488
Özdeğerler	18,944	16,864	14,324	12,03
Açıklanan Toplam Varyans			62,162	
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Ölçüm Yeterliliği			0,952	
Bartlett Küresellik Test Değeri			0,000	



Çokal (2015) turist rehberlerinin turistlere aktarılan kültürel değerlere yönelik gerçekleştirdiği çalışmasında konuyu üç boyutta, GÜDÜ (2011) ise, turizmin sosyal ve kültürel etkilerinin turist rehberleri tarafından algısını ölçtüğü çalışmasında altı boyutta ele almıştır. Bu çalışmada Açıklayıcı faktör analizi sonuçları festival katılımcılarının kültürel etkileşim algılarının dört boyut altında toplandığını göstermektedir. Tespit edilen dört faktörün toplam açıklanan varyans değeri %62,162'dir. Bu değer sosyal bilimler için kabul edilebilir bir değerdir (Altunışık vd., 2010: 273). Faktör analizi sonucunda tespit edilen ilk faktör, 10 maddeden oluşan "Kültürel aktarım" faktörü olup bu faktörün özdeğeri 18,944'tür. İkinci faktör, 8 maddeden oluşan "Kültürel koruma" faktörüdür. Bu faktörün özdeğeri 16,864'tür. Üçüncü faktör, 5 maddeden oluşan "Kültürel değişim" faktörü olup özdeğeri 14,324'tür. Son olarak dördüncü faktör ise, 5 maddeden oluşan "Kültürel denge" faktörü olup bu faktörün özdeğeri, 12,030 olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Yaşları Bakımından Kültürel Etkileşim Düzeyleri

Festival Katılımcılarının Kültürel Etkileşim Boyutları	Katılımcıların Yaşları	Kişi Sayısı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Tek Yönlü Varyans Analizi	
					F	p
Kültürel Aktarım	20 yaş ve altı	171	3,8099	0,76671	4,559	0,004
	21-30	166	4,0741	0,75285		
	31-40	61	3,6967	1,10905		
	41 yaş ve üstü	51	3,9588	0,74971		
Kültürel Koruma	20 yaş ve altı	171	3,7749	0,79319	7,365	0,000
	21-30	166	4,1190	0,75413		
	31-40	61	3,6168	1,18648		
	41 yaş ve üstü	51	3,9534	0,78061		
Kültürel Denge	20 yaş ve altı	171	3,6211	0,86230	3,185	0,024
	21-30	166	3,8867	0,87341		
	31-40	61	3,5738	1,08411		
	41 yaş ve üstü	51	3,7765	0,85008		

Festival katılımcılarının yaşları bakımından algıladıkları kültürel etkileşim boyutları Tablo 3'te görüldüğü üzere, "kültürel aktarım", "kültürel koruma" ve "kültürel denge" boyutları için istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için; kültürel aktarım ve kültürel koruma boyutları için varyansların homojenliği sağlanmadığından çoklu karşılaştırma testi olarak "Tamhane", kültürel denge boyutu için ise "Tukey" testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre 21-30 yaş arası festival katılımcılarının kültürel aktarım algılarının 20 yaş ve altı katılımcıların algılarından daha yüksek (+0,26415) olduğu tespit edilmiştir. Kültürel koruma boyutu açısından ise, 21-30 yaş arası festival katılımcılarının kültürel koruma algılarının 20 yaş ve altı katılımcıların (+0,3412) ve 31-40 yaş arası katılımcıların algılarından (+0,50217) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kültürel denge boyutu açısından ise, 21-30 yaş arası festival katılımcılarının algılarının 20 yaş ve altı katılımcıların algılarından (+0,26569) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. 21-30 yaş grubundaki katılımcıların "kültürel aktarım" ve "kültürel denge" boyutu algılarının 20 yaş ve altı katılımcıların algılarına göre daha yüksek çıkmasında yaşam tecrübelerine bağlı olarak kültürel değerlere ilişkin farkındalıklarının artmasının neden olduğu söylenebilir. Yine 21-30 yaş aralığı katılımcıların "kültürel koruma" boyutu algıları hem 20 yaş ve altı hem de 31-40 yaş arası katılımcıların algılarına göre daha yüksektir. Bu durum, yaşam tecrübelerinin yanı sıra teknolojik gelişmelerin ve buna bağlı edindikleri bilgilerin ışığında kendilerinden önceki nesillerden

aldıkları kültürel değerlerin kendilerinden sonraki nesle devredilmesi konusunda sorumluluk üstlendikleri anlamına gelebilir.

**Tablo 4.** Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Bakımından Kültürel Etkileşim Düzeyleri

Festival Katılımcılarının Kültürel Etkileşim Boyutları	Katılımcıların Eğitim Düzeyleri	Kişi Sayısı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Tek Yönlü Varyans Analizi	
					F	p
Kültürel Aktarım	İlköğretim	56	3,7911	1,00946	5,925	0,007
	Lise	209	3,7708	0,83566		
	Ön Lisans	63	4,0778	0,69199		
	Lisans ve Üstü	121	4,1149	0,71736		
Kültürel Koruma	İlköğretim	56	3,6942	1,05930	6,163	0,009
	Lise	209	3,7793	0,85764		
	Ön Lisans	63	4,0456	0,73345		
	Lisans ve Üstü	121	4,1312	0,75430		

Tablo 4'te görüldüğü üzere, festival katılımcılarının eğitim düzeyleri bakımından algıladıkları kültürel etkileşim boyutları "kültürel aktarım" ve "kültürel koruma" boyutları için istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden "Tamhane" testi uygulanmıştır. Çoklu karşılaştırma testi sonucunda, lisans ve üstü düzeyde eğitilmiş katılımcıların kültürel aktarım düzeylerinin lise düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan (+0,34406) ve ön lisans düzeyinde eğitilmiş katılımcıların kültürel aktarım düzeylerinin yine lise düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan (+0,30696) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, lisans ve üstü düzeyde eğitilmiş katılımcıların kültürel koruma düzeylerinin, ilköğretim düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan (+0,43700) ve lise düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan (+0,35189) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu hususta katılımcıların eğitim düzeylerinin artması kültürel etkileşim düzeylerinin de artmasına katkı sağladığı düşünülebilir.

**Tablo 5.** Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Bakımından Festival Memnuniyet Düzeyleri

Festival Katılımcılarının Memnuniyet Düzeyleri	Katılımcıların Eğitim Düzeyleri	Kişi Sayısı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Tek Yönlü Varyans Analizi	
					F	p
Festival Memnuniyeti	İlköğretim	56	3,4375	1,17672	3,357	0,019
	Lise	209	3,5610	1,04389		
	Ön Lisans	63	3,8770	0,97019		
	Lisans ve Üstü	121	3,8161	0,97081		

Tablo 5'te görüldüğü üzere katılımcıların festival memnuniyet düzeyleri, katılımcıların eğitim düzeyleri bakımından istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Çoklu karşılaştırma testi olarak "LSD" testi uygulanmış olup, test sonuçlarına göre lisans ve üstü düzeyde eğitilmiş katılımcıların festival memnuniyet düzeylerinin ilköğretim (+0,37862) ve lise (+0,25511) düzeyinde eğitilmiş katılımcıların memnuniyet düzeylerinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ön lisans düzeyinde eğitilmiş katılımcıların festival memnuniyet düzeylerinin de ilköğretim (+0,43948) ve lise (+0,31598) düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Eğitim seviyesi arttıkça katılımcıların festival memnuniyetlerinin artması

festival alanındaki eksikliklere karşı toleranslarının olması ve gerçekleştirilen etkinliklerin desteklenmesi ile ortaya çıkmış olabilir.

**Tablo 6.** Festival Memnuniyeti ve Kültürel Etkileşim İlişkisi

Memnuniyet	Kültürel Etkileşim	Standardize Edilmemiş	Standardize Edilmiş	t	p	F	R <sup>2</sup>
		B	Standart Hata				
Festival Memnuniyeti	Kültürel Aktarım	0,248	0,094	0,196	2,649	0,008	
	Kültürel Koruma	0,311	0,084	0,257	3,715	0,000	53,674 0,326
	Kültürel Denge	0,215	0,042	0,187	2,905	0,004	

Katılımcıların festival memnuniyetleri ile kültürel etkileşim boyutları arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla çoklu regresyon testi yapılmış olup elde edilen bulgular Tablo 6'da görüldüğü gibidir. Çoklu regresyon testi sonuçlarına göre Regresyon modeli anlamlı olup ( $F=53,674$ ,  $p=0,000$ ), modelin açıklayıcılık değeri %32,6'dır. Sonuçlar, festival katılımcıların algıladıkları kültürel etkileşim boyutları olan "kültürel aktarım", "kültürel koruma" ve "kültürel denge" ile festival memnuniyeti arasında pozitif yönlü bir ilişkiyi göstermektedir. Standardize edilmemiş B değerlerine göre kültürel aktarım boyutundaki 1 birimlik artış festival memnuniyeti üzerinde 0,248 birimlik, kültürel koruma boyutundaki 1 birimlik artış ise, festival memnuniyeti üzerinde 0,311 birimlik bir artışa sebep olmaktadır. Son olarak kültürel denge boyutundaki 1 birimlik artışın, festival memnuniyeti üzerinde 0,215 birimlik bir artışa sebep olduğu tespit edilmiştir. Yani kültürel etkileşim arttıkça katılımcıların festival memnuniyetlerinin de artması söz konusu olabilmektedir.

## TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın amacı, festival katılımcılarının algıladıkları kültürel etkileşim boyutlarını belirlemek ve kültürel etkileşim ile festival memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Literatürde festivallerin kültürel etkileşime etkileri ve festival memnuniyetine etki eden unsurlar ile ilgili çalışmalar bulunmakla birlikte festival memnuniyeti ve kültürel etkileşim arasındaki ilişkiyi gösteren herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olması araştırmanın literatüre katkı sağlanması açısından önemini oluşturmaktadır. Festivaller, yöresel kültürünün ziyaretçilere tanıtımı, aktarımı ve kültürel değerlerin korunup gelecek nesillere aktarılmasına olanak sağlayan etkinliklerdir. Yöresel kültürün ziyaretçilere tanıtımı ve aktarımı sırasında ziyaretçi toplumunun kültürü de yöre halkına aktarılmakta, ev sahibi toplum üzerindeki sosyal etkiler var olan yaşamı etkilemekte ve yaşam şeklini, değerleri, sosyal etkileşimleri ve kimliği değiştirebilmektedir (Ekin, 2011: 22). Festival katılımcılarının festivallere katılımlarına etki eden en önemli motivasyon kaynağı kültürel keşiflerdir (Lee vd., 2004: 64; Öztürk ve Yumuk, 2016: 125). Bu durum festival katılımcılarının festivalde deneyimledikleri kültürel etkileşim düzeyleri arttıkça memnuniyetlerinin de artacağı, dolayısıyla tekrar ziyaret ve tavsiye eğilimlerinin de olumlu yönde etkileneceğini akla getirmektedir. Bütün bu süreç ise festivalin sürdürülmesi ve sağladığı faydaların bir döngüye dönüşerek devam etmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Festival katılımcılarının %53,2'si erkeklerden oluşmaktadır. Kadın ve erkek katılımcıların sonuçlarının birbirine yakın olması festivalin hem kadın hem de erkek katılımcılar için çekici

olduğu şeklinde yorumlanabilir. Katılımcıların %75,1'inin 30 yaş ve altında oldukları, bunların %38,1'lik kısmının 20 yaş ve altında oldukları tespit edilmiş olup festivale özellikle gençlerin ilgi gösterdikleri şeklinde ifade edilebilir. Katılımcılar eğitim düzeyleri bakımından değerlendirildiğinde, %46,5'lik büyük çoğunluğun lise düzeyinde eğitilmiş oldukları, %26,9'luk kısmının ise lisans ve lisansüstü düzeyde eğitilmiş oldukları görülmektedir.

Festival katılımcılarının festivale yönelik olarak algıladıkları kültürel etkileşimin, gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda "Kültürel Aktarım", "Kültürel Koruma", "Kültürel Değişim" ve "Kültürel Denge" boyutlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri bakımından kültürel etkileşim algılarının farklılaşıp farklılaşmadığı ile ilgili testler sonucunda festival katılımcılarının, kültürel aktarım, kültürel koruma ve kültürel denge algılarının katılımcıların yaşları bakımından farklılaştığı tespit edilmiştir. 21-30 yaş arası katılımcıların kültürel aktarım, kültürel koruma ve kültürel denge düzeyleri 20 yaş ve altı katılımcılardan daha yüksek olduğu, ayrıca kültürel koruma düzeylerinin 31-40 yaş arası katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Festival katılımcılarının eğitim düzeyleri bakımından kültürel etkileşim algılarının farklılaşıp farklılaşmadığı ile ilgili test sonuçlarına göre; lisans ve üstü düzeyde eğitilmiş katılımcıların kültürel aktarım düzeylerinin lise düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan, kültürel koruma düzeylerinin hem lise hem de ilköğretim düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ön lisans düzeyinde eğitilmiş katılımcıların da kültürel aktarım düzeylerinin lise düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan daha yüksek olduğu da görülmektedir. Bu sonuçlar katılımcıların eğitim düzeyleri arttıkça kültürel aktarım ve kültürel koruma düzeylerinin arttığı şeklinde yorumlanabilir. Katılımcıların festival memnuniyetlerinin demografik özellikler bakımından farklılaşıp farklılaşmadığı ile ilgili test sonuçlarına göre, katılımcıların eğitim durumları bakımından festival memnuniyetlerinin farklılaştığı tespit edilmiştir. Sonuçlar, lisans ve üstü düzeyde eğitilmiş katılımcıların festival memnuniyet düzeylerinin ilköğretim ve lise düzeyinde eğitilmiş katılımcıların memnuniyet düzeylerinden daha yüksek olduğunu ve ayrıca ön lisans düzeyinde eğitilmiş katılımcıların festival memnuniyet düzeylerinin de ilköğretim ve lise düzeyinde eğitilmiş katılımcılardan daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar katılımcıların eğitim düzeyleri arttıkça festival memnuniyetlerinin arttığı şeklinde yorumlanabilir. Son olarak festival katılımcılarının kültürel etkileşim düzeyleri ile festival memnuniyetleri arasındaki ilişkinin ortaya konmasına yönelik test sonuçları ise, festival katılımcıların algıladıkları kültürel etkileşim boyutları olan kültürel aktarım, kültürel koruma ve kültürel denge ile festival memnuniyeti arasında pozitif yönlü bir ilişkiyi göstermektedir. Bu durumda katılımcıların kültürel etkileşimleri arttıkça festival memnuniyetlerinin artacağı şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma sonuçları doğrultusunda kültürel etkileşimin festival memnuniyetine olumlu bir etkisi olduğu, kültürel etkileşimin festival genel memnuniyetini ve tavsiye niyetini olumlu etkilediği tespit edilmiştir. Festival memnuniyetinin etkinliklerin sürdürülmesi açısından önemi düşünüldüğünde festival düzenleyicilerinin kültürel etkileşime daha fazla önem vermeleri gerektiğini göstermektedir. Özellikle Y ve Z kuşağı bireylerin özelliklerine ve ihtiyaçlarına yönelik kültürel etkileşim ortamlarının festivaller çerçevesinde düzenlenmesinin talep artışına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca farklı yaş gruplarına hitap eden bütünsel kültürel etkinliklerin düzenlenmesi önerilmektedir. Böylece bilinçli bir şekilde kültürel aktarımın gerçekleşmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Tüm bunların yanı sıra festivallerde uzak kültürlerin bir araya getirilmesi, keşfetmeyi seven, yeni deneyimlere ve farklılıklara açık olan "yeni turist" tipini festivallere çekmesini sağlarken aynı zamanda etkileşim düzeyini de arttırarak memnuniyeti de yükselteceği öngörülmektedir. Araştırmanın veri toplama aşamasında katılımcıların güvenlik sorunlarından, aşırı kalabalıktan ve çevre kirliliğinden şikâyet ettikleri gözlemlenmiştir. Bu noktada festivali organizatörlerinin güvenlik önlemlerini arttırmaları ve

çevre kirliliğinin önüne geçecek tedbirler almaları gerekmektedir. Ayrıca festival etkinliklerinden geleneksel, yöresel ürünler ve kültürel değerleri tanıtmayı amaçlayan etkinliklerin artırılması ile festival katılımcılarının festival memnuniyeti ve tavsiye niyetlerinin olumlu etkileneceği düşünülmektedir. İlerleyen çalışmalarda konunun odak grup çalışması ya da derinlemesine mülakat yöntemleri ile ele alınarak incelenmesi ve kültürel etkileşimi artırıcı somut önerilerin getirilmesi önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akdeniz Haberler. (2019). <http://www.akdenizhaberler.net/gundem/44-uluslararası-silifke-muzik-ve-folklor-festivali-basladi-h1956.html> [Erişim Tarihi: 24.10.2019].
- Akten, M. (2016). *Y ve Z Kuşaklarının Turizm Algıları ve Konaklama İşletmelerinden Beklentileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı* (6. Baskı). Sakarya Yayıncılık: Sakarya.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Allen, J., O'toole, W., Harris, R., and McDonnell, I. (2008). *Festival and Special Event Management*. John Wiley & Sons Incorporated: Australia.
- Arcodia, C. and Dickson, C. (2013). Tourism Field Studies: Experiencing the Carnival of Venice *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25 (3), 146-155.
- Atak, O. (2009). *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Avcı Kurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi: Genel ve Yapısal Yaklaşım* (Dördüncü Baskı). Detay Yayıncılık: Ankara.
- Baş, T. (2013). *Anket; Nasıl hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir?* (7. Baskı). Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Bilgili, B., Yağmur, Ö., ve Yazarkan, H. (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik Ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği). *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, (2), 117-124.
- Blichfeldt, B.S. and Halkier, H. (2014). Mussels, Tourism and Community Development: A Case Study of Place Branding through Food Festivals in Rural North Jutland, Denmark, *European Planning Studies*, 22(8), 1587-1603.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Atıf İndeksi, 1-360.
- Cole S. T. and Chancellor, C. H. (2009). Examining the Festival Attributes That Impact Visitor Experience, Satisfaction and Re-visit Intention. *Journal of Vocation*, 5, 323-333.
- Cömert., M. ve Çetin, K. (2017). Gastronomi Temalı Yerel Festivaller Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmaları Dergisi*, 10, 54. 1092-1101.
- Cudny, W. (2013). Festival Tourism-the Concept, Key Functions and Dysfunctions in The Context of Tourism Geography Studies. *Geograficky Casopis*, 65, 105-118.

- Çakıcı, C. ve Yavuz, G. (2012). 2013 Akdeniz Oyunları Bağlamında Spor Etkinlikleri ve Olası Etkileri, *I. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, İ.İ.B.F. Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çağ Üniversitesi, Mersin, (13-28).
- Çela, A., Knowles-Lankford, J. and Lankford, S. (2007). Local food festivals in Northeast Iowa Communities: A Visitor and Economic Impact Study, *Managing Leisure*, 12(2-3), 171-186.
- Çokal, Z. (2015). *Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivallerini Üzerine Bir Alan Çalışması, *Journal of Yaşar University*, 3, 1823-1852.
- Çulha, O. ve Kalkan, A. (2016). Uluslararası Zeytin Festivalinin Kalitesi ve Bölge Turizmine Katkıları: Didim Yerel Esnafı Ne Söylüyor? *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 132-164.
- Demircan, Ş. (2010). *Turizmin Sosyo-kültürel Etkileri: Antalya/Muratpaşa İlçesi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Dönmez, B., ve Çakıcı, A. C. (2013). Turist-Turist Etkileşimi: Yerli Turistlerin İngiliz Turistlere Bakış Açuları Üzerine Bir Değerlendirme. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 37-61.
- Ekin, Y. (2011). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya.
- Esu, B. B. and Arrey, V. M.-E. (2009). Tourists' satisfaction with cultural tourism festival: A case study of Calabar Carnival Festival' Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 4 (3), 116-125.
- Felsenstein, D. and Fleischer, A. (2003). Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. *Journal of Travel Research*, 41 (4), 385-392.
- Güdü, O. (2011). *Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması: Trabzon'da Bir Uygulama*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Gül, K., Erdem, B., ve Gül, M. (2013). Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir festivali örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 213-239.
- Hertanu A. and Boitor, A. B. (2012). S.T.E.P. Analysis On Event Tourism, Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V : *Economic Sciences*, 5 (54), 25–31.
- Hu, Y. (2010). An Exploration of the Relationships between Festival Expenditures, Motivations, and Food Involvement among Food Festival Visitors, Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of Waterloo, [https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/5650/Hu\\_Yaduo.pdf?sequence=1&isAllo wed=y](https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/5650/Hu_Yaduo.pdf?sequence=1&isAllo wed=y) [Erişim tarihi, 17.10.2019].
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning. An integrated and sustainable development approach*, Van Nostrand Reinhold: New York.
- Karaca, O. B., Yıldırım, O., ve Çakıcı, A. C. (2017) Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Katılan Ziyaretçilerin Algı ve Memnuniyetleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 14, 222-239.

- Kartarı, A. (2001). *Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim*, Ankara: Ürün Yayınları.
- Kaşıkçı, E. (2012). *Batı Trakya'da Müziğin Türk Yunan Kültürel Etkileşimi Bağlamında İncelenmesi*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Edirne.
- Kim, Y.H., Kim, M., Goh, B.K. and Antun, J.M. (2011). The Role of Money: The Impact on Food Tourists' Satisfaction and Intention to Revisit Food Events, *Journal of Culinary Science & Technology*, 9(2), 85-98.
- Kozak, M., and Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination, *Journal of Travel Research*, 39 (3), 259-68.
- Kozak, N., Kozak, A.M. ve Kozak, M. (2010). *Genel Turizm, İlkeler ve Kavramlar* (9.Baskı) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kömürcü, G. (2013). *Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller. Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Kömürcü, G. B., Boz, M. ve Tükeltürk, Ş. A. (2014). Festivals as a Type of Event Tourism: Tenedos Local Flavours Festival Sample Case, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(25), 221-237.
- Lee, I. and Arcodia, C. (2011). The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding, *International Journal of Tourism Research*, 13, 355-367.
- Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K., and Babin, B. J. (2004). Festivalscapes and Patron's Emotions, Satisfaction, and Loyalty, *Journal of Business Research*, s. 56- 64.
- Long, P. T., and Perdue, R. R. (1989). The economic impact of rural festivals and special events: Assessing the spatial distribution of expenditures. *Journal of Travel Research*, 28(4), 10-14.
- Mason, M. C. and Paggiaro, A. (2012). Investigating the Role of Festivalscape in Culinary Tourism: The Case of Food and Wine Events, *Tourism Management* 33, 1329-1336.
- Mc Donnell, I., Johnny, A., and O'toole, W. (1998), *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane.
- Milliyet.com.tr-<http://www.milliyet.com.tr/uluslararası-silifke-muzik-ve-folklor-mersin-yerelhaber-2055727/> [Erişim Tarihi: 04.01.2019]
- Morgan, M. (2008). What makes a good festival? Understanding the event experience. *Event Management*, 12 (2), 81-93.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Özdemir, G., and Çulha, O. (2009). Satisfaction and loyalty of festival visitors. *Anatolia*, 20(2), 359-373.
- Özgürel, G., Alan, R. ve Bingöl, Z. (2015). Yerel Kalkınmada Bir Araç Olarak Festivaller: Munzur Kültür ve Doğa Festivali. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 2, 113-121.
- Özkan, E., Curkan, S. C. ve Sarak, E. C. (2015). Festivallerin Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14), 59-69.
- Öztürk, A. ve Yumuk, Y. (2016). Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivaline Yönelik Algının Başkalarına Tavsiye Etme ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 123-135.

- Pavlukovic, V., Armenski, T. and Alcantre-Pilar, J. M: (2017). Social Impacts of Music Festivals: Does Culture Impacts Locals' Attitude Toward Events in Serba and Hungary. *Tourism Management*, 63, 42-53.
- Prayag, G. (2008) Image, Satisfaction and Loyalty-The Case of Cape Town, Anatolia- An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 19(2), 205-224.
- Quinn, B: (2006). Problematising 'Festival Tourism': Arts Festivals and Sustainable Development Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14, 288-306.
- Ringel, N., and Finkelstein, J. (1991). Differentiating Neighborhood Satisfaction and Neighborhood Attachment among Urban Residents, *Basic and Applied Social Psychology*, 12 (2): 177-93.
- Ross, E. L. D., and Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing Tourists' Motivation and Satisfaction, *Annals of Tourism Research*, 18 (2): 226-37.
- Saatçı, G., ve Yalçinkaya, T. (2018). Yöresel Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği, *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, İwact' 18 Özel Sayısı*, 153-170.
- Saçılık, M. Y. ve Çevik, S. (2017). Etkinlik Turizminin Sağladığı Faydalar Açısından "Erdek Zamanı Festivali" Katılımcılarının Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesi, *Route Educational and Social Science Journal*, 4 (7), 240-257.
- Saleh, F. and Ryan, C. (1993). Jazz and Knitwear: Factors That Attract Tourists to Festivals. *Tourism Management*, 14 (4), 289-297.
- Sarkım, M. (2007). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Doktora Tezi, İzmir.
- Schofield, P. and Thompson, K. (2007). Visitor motivation, satisfaction and behavioural intention: the 2005 Naadam Festival, Ulaanbaatar. *International Journal of Tourism Research*, 9(5), 329-344.
- Sert, A. N. (2017). Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Beypazarı Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 187-199.
- Sipahi B., Yurtkoru S.E. ve Çinko, M. (2010). *Sosyal Bilimlerde Spss'le Veri Analizi*. İstanbul Beta Yayınları.
- Small, K., Edwards, D. and Sheridan, L. (2005). A Flexible Framework for Evaluating the Socio-Cultural Impacts of A (Small) Festival. *International Journal of Event Management Research*, 1 (1), 66-76.
- Son Dakika.com- <https://www.sondakika.com/haber/haber-silifke-muzik-ve-folklor-festivali-cioff-a-uye-9177022/> [Erişim Tarihi: 11.07.2019].
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu kültür ve sanat ve turizm festivali örneği. *Pamukkale üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 79-89.
- Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (2019). *Using Multivariate Statistics* (seventh ed.) Pearson, Boston.
- Tayfun, A., ve Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyet Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5, 191-206.



Türkay, O. ve Yalçın Kayıkçı, M. (2018). Tarhana Tezgahlarından Çin Malı Tüccarlığına: Şirince’de Turizmle İç içe Geçen Kültürleşme ve Sosyo-Kültürel Dönüşüme Bağlı Sorunların Analizi. *Ege Akademik Barış Dergisi*, 18 (4), 645-660.

Türk Dil Kurumu- <http://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 23.10.2019].

Wong, J., Wu, H.C. and Cheng, C.C. (2015). An Empirical Analysis of Synthesizing the Effects of Festival Quality, Emotion, Festival Image and Festival Satisfaction on Festival Loyalty: A Case Study of Macau Food Festival, *International Journal of Tourism Research*, 17, 521-536.

Wu, H.C. and Ai, C.H. (2015). A Study of Festival Switching Intentions, Festival Satisfaction, Festival Image, Festival Affective Impacts, and Festival Quality, *Tourism and Hospitality Research*, 0(0): 1-27.

Wu, H.C., Wong, J.W.C. and Cheng, C.C. (2014). An Empirical Study of Behavioral Intentions in the Food Festival: The Case of Macau, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19:11, 1278-1305.

Yıldız, S. B. ve Polat, E. (2016). Yerel Halkın Eskişehir’de Düzenlenen Festivallerin Etkilerine Yönelik Algıları *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 40-62.

Yolal, M., Çetinel, F. and Uysal, M. (2009). An Examination of Festival Motivation and Perceived Benefits Relationship: Eskişehir International Festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 10 (4), 276-291.

Yüksek, T., Cengiz T. ve Yüksek, F. (2008). Doğal Alanlarda Festival Etkinliklerinin Koruma-Kullanma Açısından Değerlendirilmesi: Kafkasör Kültür, Sanat ve Turizm Festivali Örneği. *Ekoloji Dergisi*, 17, 37-45.